

PERAN KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK DS LABORATORIS DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



Oleh :

RIYAN DHANY IRAWAN
1012015001 / EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2014

SKRIPSI

PERAN KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK DS LABORATORIS DI SURABAYA

Disusun Oleh :

RIYAN DHANY IRAWAN

1012015001 / FEB / EM

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal : 29 Agustus 2014

Pembimbing
Pembimbing Utama


Dr. H. Prasetyo Hadi, MM


Tim Penguji
Ketua


Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS

Sekretaris


Dr. H. Prasetyo Hadi, MM

Anggota


Drs. Ec. Supriyono, MM

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Prof. Dr. Syamsul Huda, SE, MT
NIP. 19590826 199003 1001

USULAN PENELITIAN


**PERAN KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PRODUK DS LABORATORIS DI SURABAYA**

Oleh :

RIYAN DHANY IRAWAN
1012015001 / EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi

Pembimbing Utama



Dr. H. Prasetyohadi, MM

Tanggal. 27/08/2014

**Mengetahui
Ketua Program Studi
Manajemen**



Dr. Muhadjir Anwar, MM
NIP. 19650907 1991031001

SKRIPSI

PERAN KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK DS LABORATORIS DI SURABAYA

Disusun Oleh :

RIYAN DHANY IRAWAN

1012015001 / FEB / EM

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal : 29 Agustus 2014

Pembimbing
Pembimbing Utama


Dr. H. Prasetyo Hadi, MM

Tim Penguji
Ketua


Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS

Sekretaris


Dr. H. Prasetyo Hadi, MM

Anggota


Drs. Ec. Supriyono, MM

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Prof. Dr. Syamsul Huda, SE, MT

NIP. 19590826 199003 1001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul :
“PERAN KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK DS LABORATORIS DI SURABAYA”

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Progdil Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, SE, MM , selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. H. Prasetyohadi, MM, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan dorongan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Segenap staff Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan banyak pengetahuan selama masa perkuliahan.
6. Bapak dan Ibu, yang telah memberikan dukungan, doa dan semangat dan segalanya.
7. Semua pihak yang ikut membantu, yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa apa yang telah disajikan masih banyak kekurangan, untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Surabaya, Juli 2014

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
ABSTRAKSI	vii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori.....	11
2.2.1. Merek.....	11
2.2.2. Kualitas Produk.....	15
2.2.3. Citra Merek	19
2.2.4. Kepuasan	24
2.2.5. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	27
2.2.6. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen.....	28
2.3. Model Konseptual	30
2.4. Hipotesis	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4 Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	47
4.1.1. Sejarah singkat Perusahaan	47
4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	52
4.2.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	54
4.2.2. Uji Validitas	56
4.2.3. Uji Reliabilitas	56
4.2.4. R Square	57
4.3 Pembahasan	58

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	61
5.2. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Identitas Responden Menurut Pendidikan	53
Tabel 4.3 Identitas Responden Menurut Umur	54
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas	56
Tabel 4.5. Pengujian Reliability Consistency Internal.....	56
Tabel 4.6. R-square	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Kerangka Konseptual.....	30
--------------------------------------	----

PERAN KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK DS LABORATORIS DI SURABAYA

Riyan Dhany Irawan

ABSTRAK

Suatu produk dapat memuaskan Konsumen bila dinilai dapat memenuhi atau melebihi keinginan dan harapannya. Kualitas juga merupakan hal yang paling mendasar dari kepuasan Konsumen dan kesuksesan dalam bersaing. Kenyataannya kualitas merupakan hal yang seharusnya untuk semua ukuran perusahaan dan untuk tujuan mengembangkan praktek kualitas serta menunjukkan ke Konsumen bahwa mereka mampu menemukan harapan akan kualitas yang semakin tinggi. Berkaitan dengan uraian tersebut di atas, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk DS Laboratoris di Surabaya".

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan Produk DS Laboratoris. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Produk DS Laboratoris sebesar 55 responden (yang berasal dari indikator formatif yang berjumlah 11, kemudian dikali 5 = 55). Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis multivariate dengan PLS.

Berdasarkan hasil pengujian untuk menguji variabel, dapat disimpulkan hal-hal untuk menjawab permasalahan sebagai berikut : Kualitas produk memiliki kontribusi terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin berkualitas produk yang di berikan oleh perusahaan maka akan kepuasan yang di sarankan oleh konsumen semakin tinggi. Citra Merek memiliki kontribusi terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra merek dibenak konsumen maka konsumen akan merasa puas menggunakan produk tersebut.

Keywords : Kualitas Produk, Citra Merek Dan Kepuasan Konsumen

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di masa sekarang ini banyak perusahaan baik besar maupun kecil yang semuanya mempunyai maksud dan tujuan yang hampir sama. Tujuan perusahaan pada umumnya yaitu memperoleh keuntungan yang maksimal. Dengan keuntungan itu diharapkan dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan untuk berkembang lebih lanjut. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan bukanlah hal yang mudah, apalagi dalam perekonomian sekarang ini yang penuh dengan persaingan. Persaingan yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk semakin peka terhadap strategi yang diterapkan oleh perusahaan yang menjadi pesaingnya. Perusahaan juga harus mampu untuk mengikuti irama pasar. Ini perlu dilakukan bukan hanya untuk mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan, tetapi juga untuk mempertahankan image konsumen.

Di Indonesia, penggunaan kosmetik merupakan kebutuhan dengan prioritas yang bertingkat, mulai sebagai kebutuhan primer, kebutuhan sekunder (pelengkap), dan kebutuhan tersier (barang mewah). Bertambahnya daya beli masyarakat serta meningkatnya daya beli per individu dapat mendorong tingkat penggunaan kosmetik dari level pelengkap menjadi level yang lebih diprioritaskan, sehingga dapat

meningkatkan pertumbuhan penggunaan kosmetik secara volume (www.indonesiainancetoday.com). Menurut Aaker (Sondoh, et al, 2007) Citra merek merupakan serangkaian asosiasi dan biasanya terorganisasi menjadi suatu makna. Citra atau asosiasi merepresentasikan persepsi yang bisa merefleksikan kenyataan yang objektif ataupun tidak. Citra yang terbentuk dari asosiasi inilah yang mendasari dari keputusan membeli bahkan loyalitas merek dari konsumen. Kepuasan konsumen menjadi sangat penting bagi perusahaan khususnya bagi manajer pemasaran. Biasanya, hal tersebut menjadi patokan suatu kinerja perusahaan (Bennett & Rundle-Thiele dalam Sondoh, et al, 2007).

Mempertahankan pelanggan yang ada pada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada. Pada umumnya, perusahaan percaya bahwa pelanggan yang puas akan melakukan pembelian ulang dan kemauan untuk memberikan kata positif melalui mulut ke mulut. Meskipun hal ini terjadi, Taylor menyatakan bahwa meskipun perusahaan mempunyai kosumen yang puas tidak jarang perusahaan kehilangan konsumennya. Di tengah persaingan industri kosmetik yang semakin ketat, Produk DS Laboratoris memiliki strategi untuk tetap mempertahankan eksistensinya. Untuk meningkatkan kualitas kerja dan mutu perusahaan, Produk DS Laboratoris mempunyai sertifikat CPKB (Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik). Kualitas produk yang dihasilkan oleh Perusahaan,

mutunya sangatlah terjamin karena melewati beberapa tahap quality control, analisa dan mikrobiologi yang ketat untuk tetap mempertahankan kualitas produk yang baik. Produk DS Laboratoris memproduksi berbagai macam produk kosmetik yang disesuaikan dengan kondisi penggunaanya. Produk DS Laboratoris memuaskan pelanggannya dengan cara menyediakan produk perawatan dan kecantikan tubuh dari ujung rambut hingga ujung kaki.

Produk-produk DS laboratorium memiliki fitur teknologi yang paling canggih untuk transportasi bahan: zat-zat esensi dan bahan aktif disalurkan dengan cara yang sesuai dengan pemrograman yang berlaku bagi suatu fungsi tertentu. Bola mikro DS laboratorium dirancang sedemikian rupa sehingga kita dapat menentukan tingkat penyerapan, memungkinkan bahan aktif untuk menembus kulit pada kedalaman yang diinginkan. Ketika bola-bola mikro ini diserap oleh kulit, kapsul nya dicerna oleh enzim dalam kulit, melepaskan isinya secara bertahap dan terprogram.

Sejak diperkenalkan pada tahun 1960-an, liposom telah efektif digunakan di berbagai bidang. Aplikasi berkisar dari kosmetik sampai kepada penyaluran obat kanker. Namun, manfaat dari penemuan hebat ini telah dan tetap memiliki kelemahan besar: stabilitas yang sangat rendah, mudah hancur dan larut, sehingga keuntungan yang didapat dari teknologi ini sangat kecil. Tidak seperti liposom tradisional yang sering ditemukan dalam produk kosmetik, Nanosome DS laboratories memiliki tingkat stabilitas yang tinggi dan konsentrasinya ada pada suhu kamar dan kepadatan nya tinggi persatuan volume. Hal ini memungkinkan konsentrasi

bahan aktif yang di enkapsulasi lebih banyak dan efektivitas yang lebih baik, daripada yang dicapai oleh teknologi perawatan kulit lainnya.

Tetapi beberapa tahun belakangan Produk DS Laboratoris mengalami penurunan peringkat. Salah satunya diduga disebabkan oleh kualitas produk Produk DS Laboratoris yang semakin turun sehingga akan mempengaruhi kepuasan Konsumen. Hal ini dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel. Data Penjualan Produk DS Laboratoris

No	Tahun	Produk (Item)	Penjualan (Rp.)	Target Penjualan (Rp.)
1.	2011	45.852	558.009.648	576.000.000
2.	2012	43.548	527.444.484	600.000.000
3.	2013	38.616	483.000.720	636.000.000

Sumber: data internal perusahaan

Penurunan produk Produk DS Laboratoris diatas diindikasikan karena kepuasan Konsumen yang mengalami penurunan. Kepuasan Konsumen merupakan faktor penting dalam pemasaran barang maupun jasa, hal ini diindikasikan dari banyaknya keluhan di DS Laboratories.

Tabel 1.2. Data Keluhan Produk DS Laboratoris

Jenis Komplain	Tahun		
	2011	2012	2013
Keramahan dalam memberikan pelayanan	9	11	18
Kelengkapan produk	3	3	5
Kemanan produk	3	5	7
Jaminan produk	2	8	4
Jumlah	17	27	34

Sumber: data internal perusahaan

Berdasarkan data keluhan diatas menunjukkan bahwa banyaknya komplain diatas menunjukkan bahwa kualitas produk mengalami penurunan yang juga berakibat pada kepuasan konsumen. Kualitas produk merupakan salah satu aset perusahaan untuk dapat bertahan dalam dunia bisnis. Jika kualitas produk yang diharapkan oleh konsumen tidak terpenuhi dari suatu produk, maka konsumen akan beralih ke produk yang lebih menjanjikan kualitas yang diharapkan. Selain itu citra juga diindikasikan yang menyebabkan kepuasan mengalami penurunan. Sebagaimana dikemukakan oleh Normann bahwa citra mempengaruhi pikiran Konsumen melalui kombinasi dari iklan, hubungan masyarakat (humas), citra fisik, cerita dari mulut ke mulut dan pengalaman aktual terhadap produk. Citra berpengaruh terhadap perilaku pembelian oleh Konsumen karena citra merek memiliki pengaruh terhadap persepsi Konsumen tentang pelayanan yang ditawarkan. Hal tersebut didukung oleh hasil-hasil penelitian. Hasil penelitian oleh So et al. (2010) menunjukkan kualitas produk memiliki hubungan yang kuat dan kontribusi yang signifikan dalam mempengaruhi kepuasan Konsumen dan citra merek. Kepuasan Konsumen juga memiliki hubungan yang kuat dan memberikan kontribusi bagi citra merek. Penelitian ini menunjukkan peningkatan kualitas pelayanan terhadap Konsumen yang sudah ada untuk mencapai kepuasan Konsumen dan citra.

Suatu produk dapat memuaskan Konsumen bila dinilai dapat memenuhi atau melebihi keinginan dan harapannya . Kualitas juga merupakan hal yang paling mendasar dari kepuasan Konsumen dan

kesuksesan dalam bersaing. Kenyataannya kualitas merupakan hal yang seharusnya untuk semua ukuran perusahaan dan untuk tujuan mengembangkan praktek kualitas serta menunjukkan ke Konsumen bahwa mereka mampu menemukan harapan akan kualitas yang semakin tinggi (Tata et. al, 2000).

Tjiptono, (2011: 9) menyatakan keberhasilan sebuah organisasi dalam merealisasikan tujuannya ditentukan oleh kemampuan organisasi bersangkutan dalam mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pasar sasarannya. Penerapan strategi pemasaran dalam interaksi dengan Konsumen merupakan salah satu kunci, bagi suatu perusahaan dalam memenangkan persaingan. Bagi pihak manajemen agar dapat meningkatkan dan mempertahankan Konsumen salah satunya dengan memberikan nilai dan kepuasan Konsumen serta memberikan ciri pembeda produk dengan produk pesaingnya. Kepuasan Konsumen dapat diciptakan dengan cara meningkatkan citra merek, kualitas produk, dan promosi serta dengan memberikan pelayanan yang lebih baik lagi.

Kotler dan Keller (2007: 332) menyatakan merek mengidentifikasi sumber atau pembuat produk dan memungkinkan Konsumen, entah individual atau organisasi untuk menetapkan tanggungjawab pada pembuat atau distributor tertentu. Konsumen bisa mengevaluasi produk identik secara berbeda, tergantung pada bagaimana produk diberi merek. Kualitas produk adalah keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk

Suatu produk dapat memuaskan Konsumen bila dinilai dapat memenuhi atau melebihi keinginan dan harapannya. Kualitas juga merupakan hal yang paling mendasar dari kepuasan Konsumen dan kesuksesan dalam bersaing. Kenyataannya kualitas merupakan hal yang seharusnya untuk semua ukuran perusahaan dan untuk tujuan mengembangkan praktek kualitas serta menunjukkan ke Konsumen bahwa mereka mampu menemukan harapan akan kualitas yang semakin tinggi (Tata et. al, 2000).

Berkaitan dengan uraian tersebut di atas, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk DS Laboratoris di Surabaya".

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka permasalahan yang diambil adalah :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk DS Laboratoris ?
2. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk DS Laboratoris ?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian yang hendak di capai adalah

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk DS Laboratoris.
2. Untuk menganalisis pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk DS Laboratoris.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Manajemen

Memberikan masukan dan wawasan baru serta referensi pada manajemen serta pelaku bisnis tentang konsep meningkatkan kepuasan Konsumen sehingga dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan dan peningkatan keuntungan perusahaan secara berlanjut (continue).

2. Bagi Peneliti

Bagi peneliti lain yang ingin mengembangkan kajian penelitian ini lebih lanjut.

PERAN KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK DS LABORATORIS DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



Oleh :

RIYAN DHANY IRAWAN
1012015001 / EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2014

USULAN PENELITIAN

PERAN KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PRODUK DS LABORATORIS DI SURABAYA

Oleh :

RIYAN DHANY IRAWAN
1012015001 / EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi

Pembimbing Utama

Dr. H. Prasetyohadi, MM

Tanggal.....

Mengetahui
Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM
NIP. 19650907 1991031001

SKRIPSI

PERAN KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK DS LABORATORIS DI SURABAYA

Yang diajukan

RIYAN DHANY IRAWAN
1012015001 / EM

disetujui untuk Ujian Lisan oleh

Pembimbing Utama

Dr. H. Prasetyohadi, MM

Tanggal.....

Mengetahui
Wakil Dekan I

Drs. Rahman A. Suwaidi, MS
NIP. 19600330 198603 1001

